

GODE RÅD OM...

uanmodede henvendelser og spam



indhold

- 3 Indledning
- 3 E-mails og anden elektronisk post
- 5 Adresserede reklamebreve med posten
- 6 Navneløse postforsendelser
- 6 Telefoniske henvendelser
- 7 Bødestraf
- 7 Mere information

Dansk Erhverv får ofte spørgsmål om, hvorvidt man må kontakte personer eller virksomheder pr. e-mail eller telefon, eller om det kræver forhåndssamtykke at sende nyhedsbreve. Reglerne findes primært i markedsføringslovens § 6 under overskriften ”uanmodet henvendelse til bestemte aftagere”, der mere populært kaldes for spam-paragraffen. Denne pjece beskriver de mest grundlæggende regler.

Markedsføringsloven (MFL)

MFL § 6, stk. 1: En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på afsætning af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser, medmindre den pågældende forudgående har anmodet om det.

MFL § 6, stk. 2: Uanset stk. 1 kan en erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af en vare eller en tjenesteydelse, markedsføre egne tilsvarende produkter eller tjenesteydelser til kunden via elektronisk post. Dette forudsætter dog, at kunden har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved efterfølgende henvendelser.

MFL § 6, stk. 3: En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation med henblik på afsætning som nævnt i stk. 1, hvis den pågældende over for den erhvervsdrivende har frabedt sig dette, hvis det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af Det Centrale Personregister (CPR) hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig henvendelser, der sker i sådant markedsføringsøjemed, eller hvis den erhvervsdrivende ved undersøgelse i CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig sådanne henvendelser. Ved telefonisk henvendelse til forbrugere gælder endvidere reglerne om uanmodet henvendelse i lov om visse forbrugeraftaler.

E-mails og anden elektronisk post

Udgangspunktet i MFL § 6, stk. 1 er, at en erhvervsdrivende ikke må sende e-mails, sms, mms eller anden elektronisk post med henblik på afsætning til nogen, medmindre vedkommende på forhånd har givet samtykke.

Udtrykket ”nogen” skal forstås meget bredt, og forbuddet gælder derfor uanset, om modtageren er erhvervsdrivende, forbruger eller for eksempel en offentlig institution, og uanset, om der er tale om en fysisk eller juridisk person, det vil sige et selskab.

”Med henblik på afsætning”

Forbuddet gælder alt elektronisk post (e-mails, sms, mms mv.), der sendes ”med henblik på afsætning”. Dette skal forstås meget bredt og omfatter ikke kun fremsendelse af konkrete købs-tilbud. Forbuddet dækker således også e-mails, der bliver sendt for at skabe opmærksomhed om virksomhedens navn eller brand, herunder nyhedsbreve, opfordring til at deltage i en konkurrence eller lignende. Der er en snæver adgang til at sende bagudrettede brugerundersøgelser i stil med:

”levede servicen op til forventningerne?”, men der skal ikke meget til, før henvendelsen anses for at være imagepleje og dermed er omfattet af forbuddet. Derfor bør man søge juridisk rådgivning inden udformning og afsendelse af en sådan undersøgelse.

Dokumenteret samtykke er vejen frem

Det gælder derfor om på forhånd at få et samtykke. Det er ikke tilladt at sende en e-mail, sms eller lignende for at bede om et samtykke. Det skal indhentes på lovlig vis, for eksempel via virksomhedens hjemmeside, via opfordringer i trykte reklamer eller via adresseret brev, medmindre modtageren har frabedt sig dette. Det er i orden at afgive samtykke i for eksempel en e-mail. Samtykket skal opbevares forsvarligt, så virksomheden til en hver tid kan bevise, at modtageren har afgivet det. Samtykket skal være informeret og konkretiseret.

Informeret betyder, at det skal være helt klart for modtageren, at han afgiver sin accept. Samtykket bør derfor kræve en aktiv handling, for eksempel at vedkommende selv skal sætte kryds i en rubrik med ”ja tak”.

Konkretiseret betyder, at det skal være tydeligt,

- *hvordan* man vil kontakte vedkommende, det vil sige, om materialet sendes pr. e-mail, pr. sms eller lignende.
- *hvem* der kontakter, det vil sige, hvilken virksomhed, der vil afsende materialet, og
- *hvad* man vil kontakte om, for eksempel tilbud på havemøbler, hotelophold, nye it-produkter eller revisionsydelse osv.

Det er også en god idé at gøre opmærksom på, hvor ofte man vil sende markedsføringsmateriale, så modtageren kender omfanget af sit samtykke.

Eksempel på samtykke:

”Ja tak, jeg vil gerne månedligt modtage markedsføring på [e-mail/sms/mms] fra [virksomhed XX] omkring [havemøbler/sportsudstyr/it].

SPM: Hvis en person påbegynder et køb på en website og blandt andet har indtastet sin e-mailadresse, men ikke gennemfører købet, må virksomheden så efterfølgende bruge e-mailadressen til at sende reklamer?

SVAR: Det vil afhænge konkret af websitets opbygning, om man bekræfter tilmelding til for eksempel nyhedsbrev først og afslutter den del helt, inden man bevæger sig videre til købet, eller om man tilmelder sig som en del af et køb, og det hele skal bekræftes samlet ved køkets afslutning. Hvis det sidste er tilfældet – og det vil det nok ofte være – må man ikke benytte e-mailadressen til at sende reklamemateriale. Man må heller ikke sende en e-mail og spørge, hvorfor kunden ikke gennemførte købet, da en sådan e-mail må antages at være med henblik på afsætning.

Det skal være let at framelde sig

Man skal til enhver tid kunne tilbagekalde et afgivet samtykke nemt og gratis. Virksomheden må således ikke stille krav om, at samtykke kun kan tilbagekaldes på en særlig måde eller først efter en vis periode.

Eksisterende kundeforhold

I MFL § 6, stk. 2 er der en meget snæver undtagelse for en erhvervsdrivende til at kunne sende reklamemateriale med e-mail til en eksisterende kunde uden på forhånd at have indhentet samtykke. En lang række meget specifikke krav, skal være opfyldt herunder blandt andet, at

- modtageren selv har afgivet sin elektroniske adresse i forbindelse med køb af en vare eller tjenesteydelse,
- modtageren ved afgivelsen af den elektroniske adresse blev oplyst klart og tydeligt om, at der fremover vil blive sendt reklamer til denne adresse,
- modtageren ved afgivelsen havde mulighed for at sige nej tak til reklamer, og ligeledes har mulighed for at sige nej ved alle fremtidige henvendelser,
- markedsføringen alene omhandler virksomhedens egne produkter eller tjenesteydelser tilsvarende dem, som kunden tidligere har købt. Dette fortolker Forbrugerombudsmanden meget snævert.

Da der er mange faldgrupper omkring eksisterende kunder, og ovenstående ikke er en udtømmende liste, anbefaler vi at søge juridisk bistand hos Dansk Erhverv til den konkrete aktivitet inden udsendelse.

SPM: Vores virksomhed ligger inde med en masse e-mailadresser på nuværende og tidligere kunder. Må vi sende dem vores elektroniske nyhedsbrev?

SVAR: Nej, ikke medmindre de ved afgivelsen af e-mailadressen enten har givet samtykke til at modtage nyhedsbreve, eller de lever op til alle kravene omkring eksisterende kunder. Herunder at de afgav e-mailadressen i forbindelse med et køb og her blev oplyst klart og tydeligt om, at der fremover ville blive sendt reklamer til denne adresse samt, at nyhedsbrevet udelukkende omhandler produkter tilsvarende dem, som kunden tidligere har købt.

Adresserede reklamebreve med posten

Når vi bevæger os væk fra den elektroniske verden og i stedet ser på mulighederne for at sende fysisk reklamemateriale med posten, så kan man vælge at sende reklamemateriale adresseret til bestemte navngivne modtagere. Dette kaldes ”direct mail” og er reguleret i MFL § 6, stk. 3.

Adresserede reklamebreve må gerne udsendes, medmindre modtageren har frabedt sig dette. Her skal man altså ikke have indhentet et samtykke først.

Fysiske personer kan have frabedt sig at modtage adresserede reklamer enten ved at tilmelde sig den såkaldte Robinsolisten hos CPR-registret eller ved at give besked direkte til den erhvervsdrivende. Inden afsendelse af reklamebreve skal den erhvervsdrivende derfor som minimum sikre

sig, at modtagerne ikke står på Robinsonlisten. Listen opdateres fire gange årligt og kan fås ved henvendelse til CPR-kontorets Kundecenter via www.cpr.dk.

Virksomheder kan lade sig registrere i CVR-registret som reklamebeskyttet, men denne beskyttelse er mere begrænset. Som afsender er man nemlig ikke forpligtet til at checke sine kontaktoplysninger i forhold til CVR-registrets liste, medmindre man har fået de pågældende oplysninger fra CVR-registret.

SPM: Vi vil gerne sende adresserede reklamebreve til alle direktører og HR-chefer i nogle bestemte virksomheder. Skal vi så først checke, om de pågældende personer står på Robinsonlisten?

SVAR: Som udgangspunkt er det ikke nødvendigt, da det kun er fysiske personer, der kan stå på Robinsonlisten. Hvis I sender materialet til en virksomhedsadresse og en bestemt stilling i virksomheden, så falder det uden for området for Robinsonlisten. Det er derfor tilladt at skrive til ”Virksomhed ABC A/S, att.: direktør Søren Hansen”. Derimod skal I passe på, hvis I skriver til enkeltmandsvirksomheder eller til et I/S, da bestemmelsen omfatter fysiske personer, uanset om de er forbrugere eller erhvervsdrivende. Og hvis I har fået kontaktoplysningerne på virksomheden fra CVR-registret, så skal I checke, at virksomheden ikke er reklamebeskyttet efter CVR-loven.

Navneløse postforsendelser

Udsendelse af uadresseret reklamemateriale med posten er ikke reguleret af markedsføringslovens § 6. Her skal postvæsenet dog huske at respektere modtagere, der har tilmeldt sig ”Nej tak til reklamer”-ordningen med et mærkat på sin hoveddør. Ordningen gælder kun forbrugere og ikke erhvervsdrivende.

SPM: Hvordan forholder det sig med tilmeldinger til elektronisk reklame – skal der være et afkrydsningsfelt? Må det være krydset af på forhånd?

SVAR: Det afhænger af, hvad der ellers står det pågældende sted. Hvis hovedformålet med afgivelse af navn og e-mailadresse er køb af en vare eller tilmelding til en konkurrence, så bør der være et separat felt, hvor vedkommende selv skal sætte kryds eller skrive under i relation til også at afgive samtykke til elektroniske henvendelser. Hvis hovedformålet med kommunikationen derimod udelukkende er indhentelse af samtykke til elektronisk reklame, så kan det godt tænkes udformet uden afkrydsningsrubrik. Det skal dog stadig være konkretiseret og informeret.

Telefoniske henvendelser

Det er forbudt at ringe til forbrugere, der ikke på forhånd har bedt om det eller givet samtykke. Reglerne om telefoniske henvendelser findes blandt andet i forbrugeraftaleloven, som dog tillader, at erhvervsdrivende kan ringe til forbrugere omkring salg af bøger, aviser, ugeblade og tidsskrifter, forsikringer, redningstjenester m.fl.

Som udgangspunkt må man gerne ringe til virksomheder, medmindre den pågældende virksomhed er reklamebeskyttet i CVR-registret, og man har fået virksomhedens kontaktoplysninger fra CVR-registret.

SPM: I forbindelse med en konkurrence fik vi en del e-mailadresser, men vi bad ikke om samtykke til at måtte sende dem reklamemateriale. Må vi sende en e-mail og bede dem om at tilmelde sig vores nyhedsbrev? Eller må vi ringe til dem i stedet?

SVAR: Nej, I må ikke sende en e-mail for at bede om et samtykke, og I må heller ikke ringe op.

Bødestraf

Forbrugerombudsmanden har meget fokus på spam og modtager mange klager over, at virksomheder ikke overholder reglerne i MFL § 6. Der er også afsagt flere domme på området med idømmelse af bøder.

Bøderne udmåles typisk efter en beregningsmodel, hvor hver ulovlig e-mail, sms eller lignende koster 100 kr. i bøde pr. stk. Dog er minimumsbøden altid på 10.000 kr.

Det betyder, at en bøde for 60 ulovlige e-mails vil være på 10.000 kr., og en bøde for 140 ulovlige e-mails vil være på 14.000 kr.

Konkrete omstændigheder vil kunne gøre bøden større eller mindre.

Mere information

Medlemmer af Dansk Erhverv kan få rådgivning om uanmodede henvendelser og spam på telefon 3374 6000.

SPM: Må vi lave en konkurrence, hvor deltagelse er betinget af afgivelse af samtykke til at modtage vores e-mail-markedsføring?

SVAR: Ifølge retspraksis er det tilladt at præmiere afgivelse af samtykke med for eksempel deltagelse i en lodtrækning eller en konkurrence, så længe markedsføringen ikke er uacceptabelt aggressiv eller vildledende. Man skal derfor konkret vurdere hvert enkelt markedsføringstiltag for at se, om det er lovligt. Der lægges blandt andet vægt på, at præmiesummen skal være beskedent. I en konkret sag blev en rejse til en værdi af 25.000 kr. accepteret.

Informationen om, at samtykke er et krav for deltagelse skal gives indledningsvist. Man må derfor ikke tiltrække folk til en konkurrence, hvor de først længere henne i forløbet bliver klar over, at deltagelse kræver afgivelse af samtykke. Man kan med fordel skrive noget i stil med "Tilmeld dig vores nyhedsbrev og deltag i konkurrencen om...".

Samtykket skal kunne tilbagekaldes når som helst, herunder også umiddelbart efter, at vedkommende har vundet konkurrencen eller er blevet præmieret på anden måde.

Vækstgrundlaget for dansk økonomi udgøres i stadig stigende grad af virksomheder inden for handel, rådgivning, oplevelse, transport og service. Dansk Erhverv er sat i verden for at skabe optimale vilkår for netop disse virksomheder og brancher, som Danmark skal leve af i fremtiden.

**Registrerede
revisorer
FRR**

FRR
FORENINGEN REGISTREREDE
REVISORER
ÅMARKSVEJ 1
2650 HVIDOVRE
TELEFON 3634 4422
FAX 3634 4444
WWW.FRR.DK

DANSK ERHVERV
BØRSEN
1217 KØBENHAVN K
WWW.DANSKERHVERV.DK

T. +45 3374 6000
F. +45 3374 6080
INFO@DANSKERHVERV.DK